



Social Media Specialist

Dove e come lavora

Il Social Media Specialist/Manager si inserisce nel Reparto Digital e, in particolare, nell'Ufficio Social Media di agenzie pubblicitarie e di comunicazione di qualsiasi dimensione all'interno del quale opera, sia come dipendente che come libero professionista, sotto le direttive e la supervisione del Digital Project Manager.

Cosa fa

Il Social Media Specialist si occupa della gestione dei social media (Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Flickr, Blog, Forum, ecc.) per conto di aziende clienti e, quindi, delle campagne pubblicitarie e di comunicazione, marketing veicolate attraverso i social. Il Social Media Specialist è, quindi, un esperto nell'utilizzo dei social media, come strumenti di marketing aziendale e, attraverso di essi, gestisce l'immagine digitale di un marchio o di un'azienda nella rete. Il suo lavoro è quello di produrre contenuti, sia testuali che multimediali, in base alla piattaforma e al target che deve colpire. In pratica, il lavoro del Social Media Specialist, è quello di mediare tra l'azienda per cui produce comunicazione e i suoi potenziali clienti. In particolare, il Social Media Specialist gestisce i contenuti e le immagini nei social, definisce e gestisce il piano editoriale e la calendarizzazione dei contenuti, gestisce campagne pubblicitarie e di comunicazione, marketing veicolate tramite i social, monitora e gestisce la reputazione e le crisi di immagine delle aziende clienti, monitora la presenza on-line della concorrenza e come viene percepita sui social media. Analizza e monitora, inoltre, le performance (KPI - Key Performance Indicators) utilizzando tool di social media management e social media monitoring, analizza i dati sul pubblico e il tasso di engagement (cioè il coinvolgimento espresso con commenti e condivisioni) attraverso gli Insight presenti nelle varie piattaforme social.

Il Social Media Specialist lavora in stretta collaborazione con tutte le altre figure che operano nel Reparto Digital e si relaziona con le figure che operano nel Reparto Creativo e nel Reparto Eventi per creare i contenuti e le immagini da inserire nei social a supporto di campagne pubblicitarie, di comunicazione, marketing e di eventi. Si relaziona, inoltre, con gli Account per capire quali sono le richieste/esigenze dei clienti.

Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un laureato in Comunicazione, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, in Tecniche e metodi per la società dell'informazione, in Strategie di comunicazione, in Lettere, in Informazione e sistemi editoriali, in Lingue o in Scienze Politiche, ma anche da un diplomato presso un istituto professionali in ambito comunicazione.

Competenze tecniche

Il Social Media Specialist deve possedere conoscenze delle teorie e delle tecniche pubblicitarie, di web marketing e, più in generale, della comunicazione veicolata sfruttando i social media. Deve conoscere molto bene le caratteristiche, le dinamiche e tutte le funzionalità dei social media e deve conoscere i tools di ricerca e monitoraggio, di gestione e di analisi. Deve, inoltre, possedere ottime conoscenze della grammatica italiana, dei principi della linguistica e della psicologia della comunicazione. Deve, quindi, possedere ottime capacità di



comunicare e di veicolare il messaggio voluto sfruttando le potenzialità e le peculiarità offerte dai social media e, più in generale, ottime capacità di scrittura. Infine, deve saper leggere ed analizzare dati statistici e deve conoscere la normativa in materia di comunicazione e informazione on-line.

Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore generico, non dovendo usare software particolari se non gli applicativi del pacchetto Office, oltretutto la conoscenza della lingua inglese, soprattutto se l'agenzia lavora con clienti esteri o a progetti di respiro internazionale.

Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine ad organizzare il proprio lavoro, al lavoro di gruppo e al problem solving. Deve, inoltre, essere una persona molto precisa, ma comunque flessibile mentalmente e creativa. Deve, quindi, essere una persona paziente, moderata e diplomatica, attenta ai trend del momento e aggiornata sulle ultime novità connesse al mondo dei social media. Infine, in alcuni casi (nel rispetto delle tempistiche di consegna/gestione dei progetti) deve essere disponibile a lavorare fuori orario.

Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 24/2017 "Attività e professionalità nel settore della pubblicità e della comunicazione d'impresa in Veneto".